

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah dan Profil Produk Kosmetik Wardah

Pada awal berdirinya, produk kosmetik wardah hanyalah sebuah produk sampo buatan Ibu Nurhayati Subakat bersama pembantunya. Awalnya, Ibu Nurhayati membuat produk sampo dengan merek Puteri untuk menyuplai salon-salon. Saat perusahaannya tengah berkembang pesat, pabriknya hangus terbakar. Namun ia tidak memberhentikan karyawannya, pada saat itu Ibu Nurhayati memulai kembali dari nol dan meminjam uang tabungan suaminya sebagai modal dan membayar gaji karyawannya. Setelah modal kembali dari hasil kerja keras keduanya, Ibu Nurhayati mulai membidik pangsa pasar baru yaitu Muslimah di Indonesia yang ingin tampil cantik dengan tetap mempertahankan kehalalan dalam produk yang digunakan.

Kini Wardah menjadi salah satu produk kosmetik terbesar di negeri ini. Banyak [tokoh](#) wanita dan pesohor yang memakai produk kosmetik dan menjadi [bintang](#) iklan perusahaannya. Inneke Koesherawati dan Dian Pelangi adalah dua contoh bintang iklannya. Inneke adalah mantan artis. Dian Pelangi adalah desainer **hijab** yang sukses dan sudah melalanguana ke sejumlah negara. Dua wanita [cantik](#) itu adalah bintang iklan Wardah.

Ibu Nurhayati sang pemilik perusahaan bertekad meraih pasar yang lebih luas. Meski sudah menyusun rencana besar itu, penggagas perusahaan kini mulai menepi. Kendali perusahaan diserahkan kepada kedua anaknya yang merupakan lulusan ITB. Memegang kendali pemasaran dan produk, dua sektor penting yang menjadi ujung tombak perusahaan ini. Diperkirakan bahwa segmen muslimah dan kecantikan ini bakal terus bersinar bahkan pesat melaju (www.wardahonlines.com; 2018)

B. Website Resmi Perusahaan (www.paragon-innovation.com)

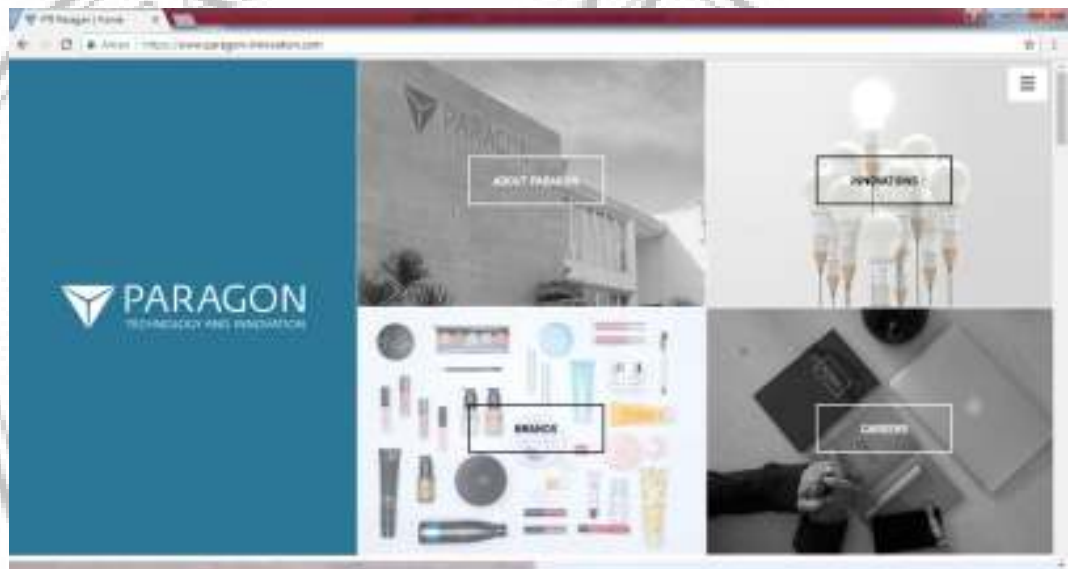
Di jaman serba modern ini, internet memang menjadi sebuah akses yang memudahkan banyak pihak dalam mengunggah dan mengunduh informasi. Hal tersebut pula yang dilakukan oleh pihak perusahaan kosmetik yang menaungi wardah. Dalam website www.paragon-innovation.com, beragam informasi mengenai perusahaan, produk dan kegiatan yang dilaksanakan dituliskan untuk memberikan informasi kepada khalayak tentang keberadaan produk tersebut. Sosial media yang dimiliki oleh perusahaan juga terintegrasi dengan website resminya. Beberapa jenis sosial media yang dimiliki antara lain *Instagram*, *Facebook* dan *LinkedIn*.

Website resmi Paragon Technology and Innovation memiliki beberapa menu atau halaman. Diantaranya menu *Home*, *About Paragon*, *Brands*, *Innovation*, *Careers*, *Event and News*, *Paragon Cares*, dan *Gallery*. Website menggunakan percampuran dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa inggris. Dalam website juga tercantum alamat kantor

ttama dan pabrik utama yang dapat dikunjungi, serta nomor telepon perusahaan.

Menu “Home” menampilkan beberapa pilihan menu. Selain itu, terdapat pula ringkasan informasi mengenai profil perusahaan, kegiatan yang telah dilakukan, beberapa produk unggulan, dan alamat serta sosial media perusahaan.

Gambar 4.1



Tampilan menu Home

Source: <https://www.paragon-innovation.com/>

Selanjutnya dalam menu “About Paragon”, dijelaskan secara lebih mendetail tentang sejarah lahirnya paragon. Sejak tahun 1985 perusahaan lahir dengan nama PT. Pustaka Tradisi Ibu dengan produk Putri sebagai *pioneer*-nya dengan *tagline* *Salon's best choice*. Selanjutnya pada tahun 1995, produk Wardah diluncurkan untuk pertama kalinya dipasaran.

Empat tahun kemudian, di tahun 1999 Pabrik Paragon mendapatkan sertifikasi Halal MUI dan menjadikan wardah sebagai *pioneer brand* kosmetik halal pertama di Indonesia. Saat itu, Wardah juga mendapatkan penghargaan dari *World Halal Council*.

Di tahun 2002, untuk meningkatkan produksi, Pabrik Paragon yang semula berada di kawasan Cibodas hijrah ke kawasan Industri Jatake, Tangerang dengan luas 5.500 m. Tidak puas hanya dengan mengandalkan sertifikat halal, di tahun 2006 Pabrik Paragon kembali mendapatkan Sertifikat GMP (Good Manufacturing Practice) atau CPKB (Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik). Di tahun 2010 Paragon kembali meluncurkan brand terbaru yaitu Make Over. Di tahun 2012, Wardah mendapatkan penghargaan sebagai 1st Indonesian Original Brand (IOB) versi SWA. Kemudian Wardah membuka cabang di Malaysia dan mendapatkan penghargaan sebagai CEO Innovative untuk Negeri 2012 versi majalah Gatra. Memasuki tahun 2013, Paragon mendapatkan penghargaan Economics Challenge Awards 2013 untuk kategori Industri Kosmetik dengan kriteria perusahaan asli Indonesia yang mampu tumbuh dan berkembang ditengah krisis. Prestasi wardah kembali terukir di tahun 2014 dengan mendapatkan TOP Brand untuk kategori lipstik dan bedak serta mendapatkan penghargaan CEO of The Year versi Sindo. Pada tahun 2015, Paragon meluncurkan produk Emina dan IX. Di tahun 2016, Wardah kembali mendapat penghargaan TOP Brand untuk 10 kategori, dan 13 kategori ditahun selanjutnya yaitu 2017.

Gambar 4.2



Tampilan menu About Paragon

Source: <https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>

Dalam menu About Paragon, dijelaskan pula visi dan misi perusahaan. Adapun visi dari Paragon Technology and Innovation adalah menjadi perusahaan yang berkomitmen untuk memiliki pengelolaan terbaik dan berkembang terus menerus dengan bersama-sama menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin melalui produk berkualitas yang memberikan manfaat bagi Paragonian, mitra, masyarakat dan lingkungan. Misi dari Paragon sendiri adalah mengembangkan paragonian, menciptakan kebaikan untuk pelanggan, perbaikan kesinambungan, tumbuh bersama-sama, memelihara bumi, mendukung pendidikan dan kesehatan bangsa serta mengembangkan bisnis.

Tidak ada mengandalkan visi dan misi perusahaan. Paragon juga memiliki nilai-nilai perusahaan yaitu nilai Ketuhanan, keteladanan, kekeluargaan, tanggung jawab, fokus pada pelanggan dan inovasi.

Pada halaman Innovations, terdapat beberapa judul artikel yang menginformasikan tentang inovasi-inovasi terbaru yang dibuat oleh Paragon. Beberapa diantaranya adalah Wardah White Secret untuk rahasia kulit cerah bercahaya, Pengembangan SDM demi menghasilkan produk berkualitas tinggi, dan Wardah mengeluarkan maskara halal pertama.

Gambar 4.3

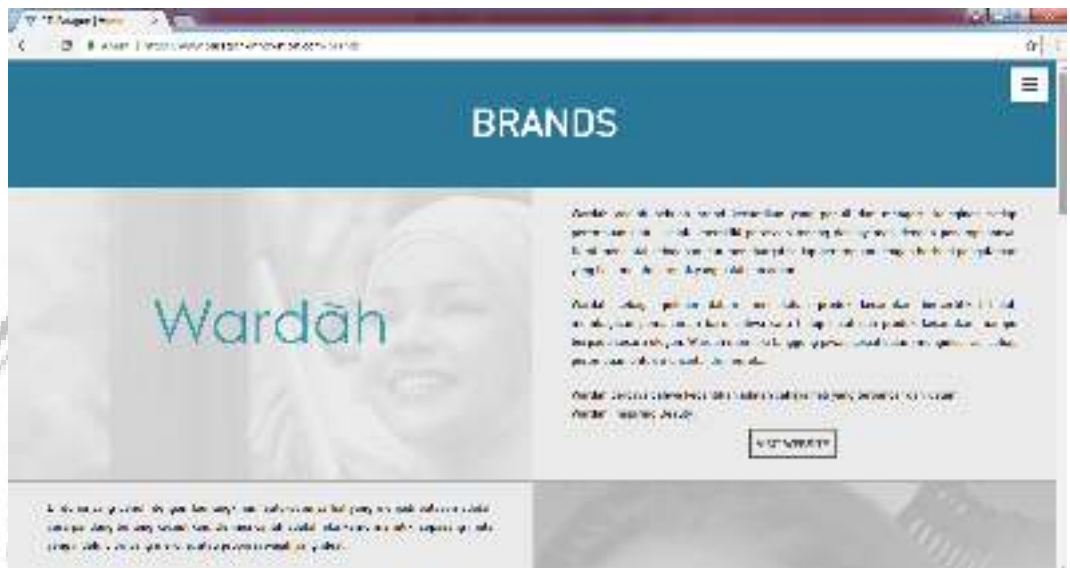


Tampilan menu Innovations

Source: <https://www.paragon-innovation.com/innovations>

Selanjutnya, menu Brands menampilkan tentang penjelasan dari empat produk yang diproduksi oleh Paragon. Produk tersebut antara lain Wardah, Make Over, Emina dan IX.

Gambar 4.4

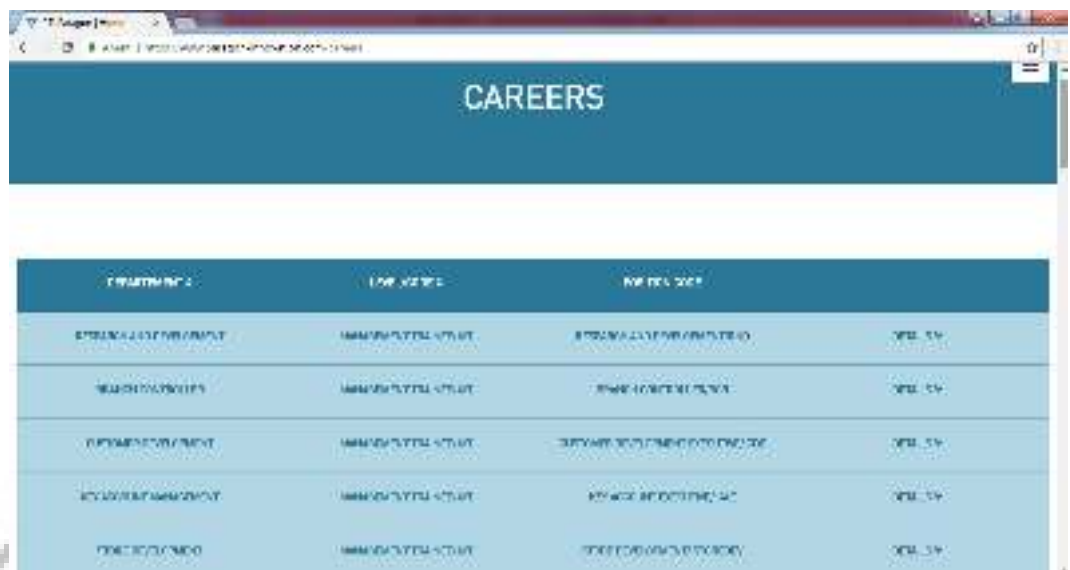


Tampilan menu Brands

Source: <https://www.paragon-innovation.com/brands>

Pada menu Careers, memungkinkan khalayak untuk meletakkan surat lamaran pekerjaan elektronik sebagai permohonan bergabung dengan perusahaan Paragon. Terdapat pula pilihan jondesk yang tersedia untuk memudahkan calon pelamar memilih pekerjaan yang sesuai dengan yang diinginkannya.

Gambar 4.5



FUNCTIONAL AREA	JOB LEVEL	JOB TITLE	STATUS
STRENGTH & FITNESS	MANAGERIAL	STRENGTH & FITNESS MANAGER	OPEN
RESEARCH & DEVELOPMENT	MANAGERIAL	RESEARCH & DEVELOPMENT MANAGER	OPEN
OPERATIONS & MAINTENANCE	MANAGERIAL	OPERATIONS & MAINTENANCE MANAGER	OPEN
SALES & MARKETING	MANAGERIAL	SALES & MARKETING MANAGER	OPEN
FINANCE & ACCOUNTING	MANAGERIAL	FINANCE & ACCOUNTING MANAGER	OPEN

Gambar 4.6



NAME	NAME	NAME	NAME
EMAIL	EMAIL	EMAIL	EMAIL
PHONE	PHONE	PHONE	PHONE
ADDRESS	ADDRESS	ADDRESS	ADDRESS
EDUCATION	EDUCATION	EDUCATION	EDUCATION
EXPERIENCE	EXPERIENCE	EXPERIENCE	EXPERIENCE
REMARKS	REMARKS	REMARKS	REMARKS

Submit CV Anda (PDF maks. 5 MB) ke:
phcareers@pt-cosmetics.com
 dengan subjek:
 Kaca Level, Kode Posisi, Nama, Domisili
 Contoh: F1001 F001 BUDI UTOMO II JAWARA
 Domisili: MT. HIRANIPUN, SUKSES BARU, OKERTO

Tampilan menu Careers

Source: <https://www.paragon-innovation.com/careers>

Selanjutnya, menu Events and News yang menginformasikan beragam kegiatan baik yang dilaksanakan atau dihadiri oleh Paragon dan produk-produknya.

Gambar 4.7



Tampilan menu Events and News

Source: <https://www.paragon-innovation.com/news>

Pada menu Paragon Cares, perusahaan ingin menjelaskan bahwa perusahaan juga terlibat dalam program Corporate Social Responsibility atau CSR. Paragon berfokus pada beberapa hal antara lain:

1. Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat
2. Partisipasi Aktif dengan Komunitas
3. Pengembangan Seni dan Kebudayaan
4. Pembangunan Potensi Sumber Daya Manusia
5. Kegiatan Sosial di hari besar

Program CSR Paragon ini disesuaikan dengan corporate objective dan dilaksanakan secara terarah, terstruktur, dan berkelanjutan. Program ini bukan sebatas bentuk tanggung jawab perusahaan, melainkan sebuah kebutuhan bagi Paragon untuk menciptakan sinergi dan upaya pembangunan yang berimplikasi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat luas. Dalam menu ini pula diinformasikan beberapa kegiatan CSR yang pernah dilaksanakan oleh Paragon.

Gambar 4.8

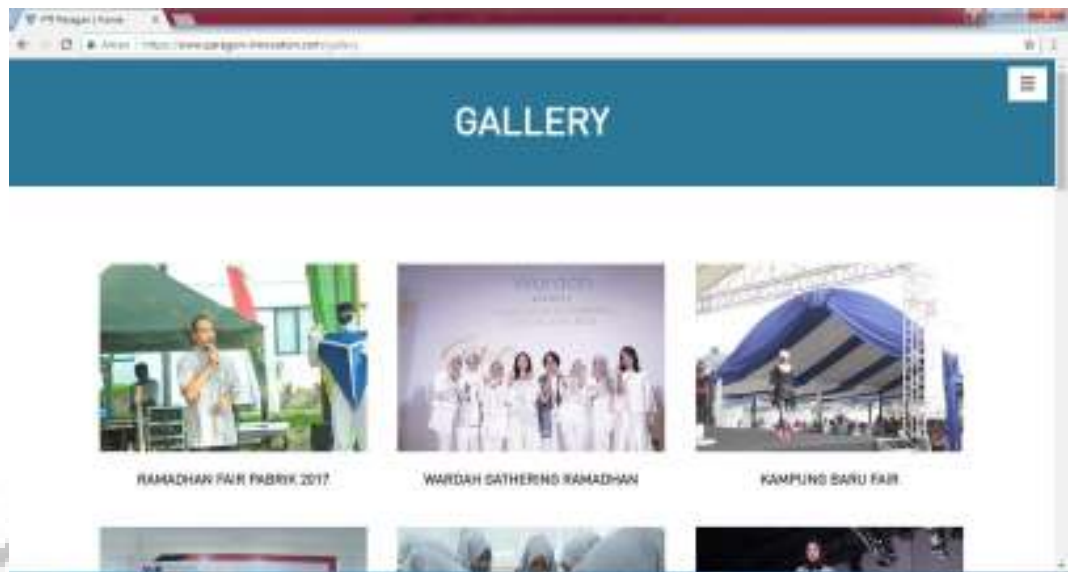


Tampilan menu Paragon Cares

Source: <https://www.paragon-innovation.com/paragon-cares>

Pada menu terakhir yaitu Gallery, terdapat bukti dokumentasi kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Paragon bersama keempat brand make up yang dinaunginya.

Gambar 4.9



Tampilan menu Paragon Gallery

Source: <https://www.paragon-innovation.com/gallery>

C. Profil Ibu Nurhayati Subakat

Ibu Nurhayati Subakat lahir di kota Padang Panjang pada 27 Juli 1950 dan menjadi anak kedua dari delapan bersaudara. Beliau merupakan sosok wanita sukses di Indonesia. Saat ini, Ibu Nurhayati menjabat sebagai CEO dari PT Paragon Technology and Innovation, sebuah perusahaan yang mengelola merk kosmetik Wardah, Make Over, Emina dan IX.

Gambar 4.10



Ibu Nurhayati Subakat

Source: <https://www.hipwee.com/narasi/biografi-nurhayati-subakat-pemilik-wardah-kosmetik/comment-page-10/>

Di Padang Panjang, beliau bersekolah di Pondok Pesantren Diniyah Puteri hingga kemudian pindah ke Padang dan melanjutkan sekolahnya di kota Padang. Sejak kecil, Ibu Nurhayati telah dikenal memiliki otak yang cerdas. Terbukti, beliau diterima di Institut Teknologi Bandung untuk jurusan Farmasi. Disana pula beliau bertemu dengan lelaki yang kini menjadi suaminya.

Setelah menyelesaikan kuliahnya, Ibu Nurhayati kembali ke kampung halamannya dan bekerja sebagai apoteker di sebuah rumah sakit di kota Padang. Setelah lama bekerja sebagai apoteker, beliau kemudian

hijrah mengadu nasib ke Ibukota dan bekerja sebagai staf quality control di sebuah perusahaan kosmetik terkenal.

Saat perusahaan kosmetik tersebut beranjak naik, Ibu Nurhayati memilih untuk keluar dari perusahaan dan memulai usahanya sendiri. Keuletan dan kegigihan yang dimiliki Ibu Nurhayati memang patut diacungi jempol. Awalnya beliau memproduksi shampo untuk menyuplai salon-salon kecantikan. Perjalanan panjang tidak berlangsung mulus, perusahaan yang sedang gencar produksi mengalami kerugian besar akibat kebakaran. Namun hal tersebut tidak membuat Ibu Nurhayati menyerah. Beliau tetap mempertahankan perusahaannya dengan memulai kembali dari awal dan meminjam gaji suaminya untuk tetap membayar karyawan yang seadanya.

Dari kerja keras itulah yang akhirnya meluncurkan produk wardah yang saat ini telah banyak beredar dan semakin masiv keberadaannya. Saat ini, produk wardah terus menghadirkan inovasi-inovasi terbaru. Prinsip Ibu Nurhayati adalah untuk tidak menjadikan perusahaannya berada dipuncak, karena baginya, ketika sudah berada dipuncak, kita hanya akan bersiap untuk turun. Sedangkan yang diinginkan adalah terus berkembang dan menjadi produk yang selalu dinanti oleh banyak orang khususnya wanita muslimah.

Pendidikan:

1. SD dan SMP : Pondok Pesantren Diniyyah Puteri
2. SMA : SMA Padang
3. PT : Farmasi di Institut Teknologi Bandung

Keluarga :

1. Anak : Harman Subakat, Salman Subakat, dan Sari Chairunnisa

2. Suami : Subakat Hadi

Karir

1. Penghargaan Pribadi : CEO Innovative untuk Negeri 2012 versi majalah Gatra.
2. Karir Professional : Apoteker di salah satu Rumah Sakit di Padang.

D. Profil Produk HiLo Soleha

Studi menunjukkan bahwa 60% wanita di Jakarta kekurangan vitamin D karena jarang terpapar sinar matahari. Hal tersebut dikarenakan banyaknya aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, serta menggunakan pakaian yang tertutup. Begitu juga bagi perempuan berhijab dengan aktivitas padat setiap hari. Tubuh akan memerlukan sinar matahari untuk pembentukan vitamin D. Vitamin ini dibutuhkan untuk meningkatkan penyerapan kalsium ke tulang, sehingga tulang menjadi lebih kuat.

Dengan tulang yang kuat, aktivitas pasti akan terlaksana dengan lebih baik.

Hal tersebut yang menjadi alasan PT. Nutrifood Indonesia membuat produk yang bisa menjadi solusi bagi pemenuhan asupan vitamin D setiap hari. Lewat brand HiLo, Nutrifood menambah varian dari produk susu dengan melirik pasar para perempuan berhijab. Susu *HiLo Soleha* adalah susu yang bisa menjadi solusi bagi pemenuhan vitamin D setiap hari bagi para perempuan agar tetap aktif dan sehat berkegiatan sehari-hari.

HiLo Soleha adalah susu mineral alami untuk orang yang kurang mendapatkan sinar matahari. Hal ini dikarenakan selain tinggi kalsium dan rendah lemak, HiLo Soleha juga mengandung Vitamin D (memenuhi 100% kebutuhan tubuh per hari) yang dapat membantu penyerapan kalsium dalam tubuh.

Selain itu, Hilo (atau HiLo) adalah merek susu yang diproduksi oleh perusahaan Nutrifood Indonesia. Nama Hilo diduga berasal dari kata "High" dari High Calcium dan "Low" dari Low Fat yang muncul pada tulisan kemasan produk pertama HiLo yang dirilis pada tahun 2004.

Merek HiLo sendiri terdiri atas beberapa jenis produk, seperti HiLo Active, bentuk pertama HiLo, yaitu susu yang ditingkatkan konsentrasi kalsiumnya bagi usia 19-50 tahun. HiLo Gold, bentuk susu

Hilo dengan kandungan kalsium lebih tinggi dari HiLo Active, diperuntukkan bagi usia di atas 51 tahun.

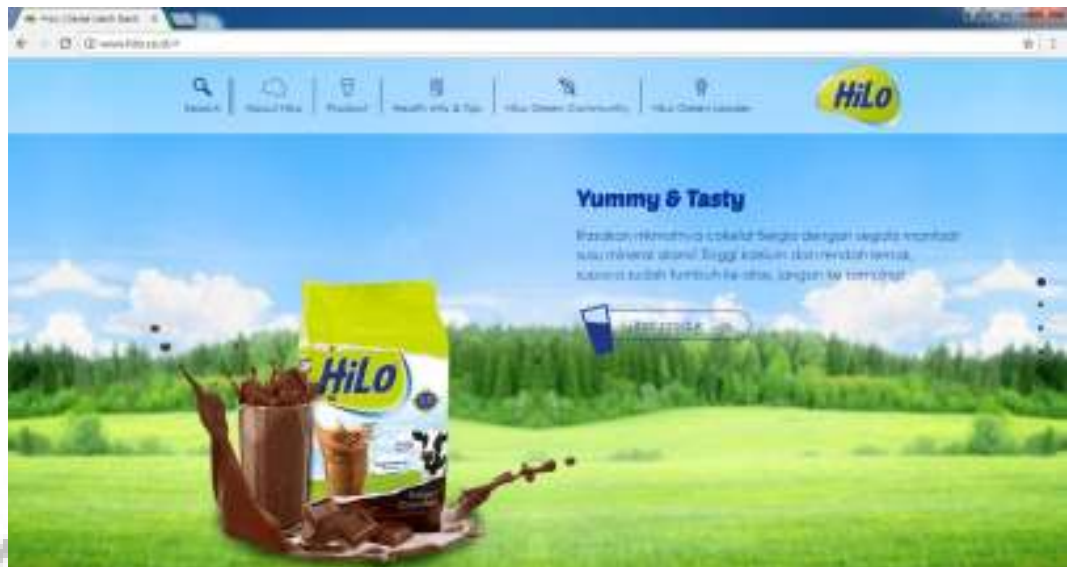
HiLo Joint+, HiLo Teen, HiLo School, dan HiLo Soleha, susu Hilo yang diperuntukkan bagi wanita berbusana muslim dengan kandungan vitamin D yang lebih tinggi. Umumnya, semua produk yang dikeluarkan di bawah merek HiLo mengutamakan sifat tinggi kalsium dan rendah lemak. Beberapa varian produk HiLo juga disuplementasi dengan kondroitin dan glukosamin.

Berdasarkan target pasarnya, HiLo Soleha memang ditujukan untuk wanita dewasa. HiLo Soleha merupakan susu tinggi kalsium rendah lemak yang kaya akan vitamin D. Dengan dua variannya, HiLo Soleha membantu penyerapan kalsium ke tulang. HiLo Soleha membantu para wanita berbusana muslim mendapatkan asupan vitamin D untuk kesehatan tulang.

E. Website Resmi HiLo Soleha (www.hilo.co.id)

Dalam website resmi www.hilo.co.id, terdapat beberapa menu utama yang tertulis dalam web tersebut. About HiLo, Product, Health Info and Tips, HiLo Green Community dan HiLo Green Leader.

Gambar 4.11



Tampilan menu utama website hilo

Source: <http://www.hilo.co.id/#>

Dalam menu About HiLo, terdapat tiga sub menu diantaranya:

1. Berita dan promosi

Sesuai dengan judulnya, laman ini menyediakan banyak informasi tentang beragam kegiatan yang telah dilakukan HiLo seperti perayaan hari-hari besar yang berhubungan dengan produk, hingga perlombaan yang juga diselenggarakan.

2. Testimoni

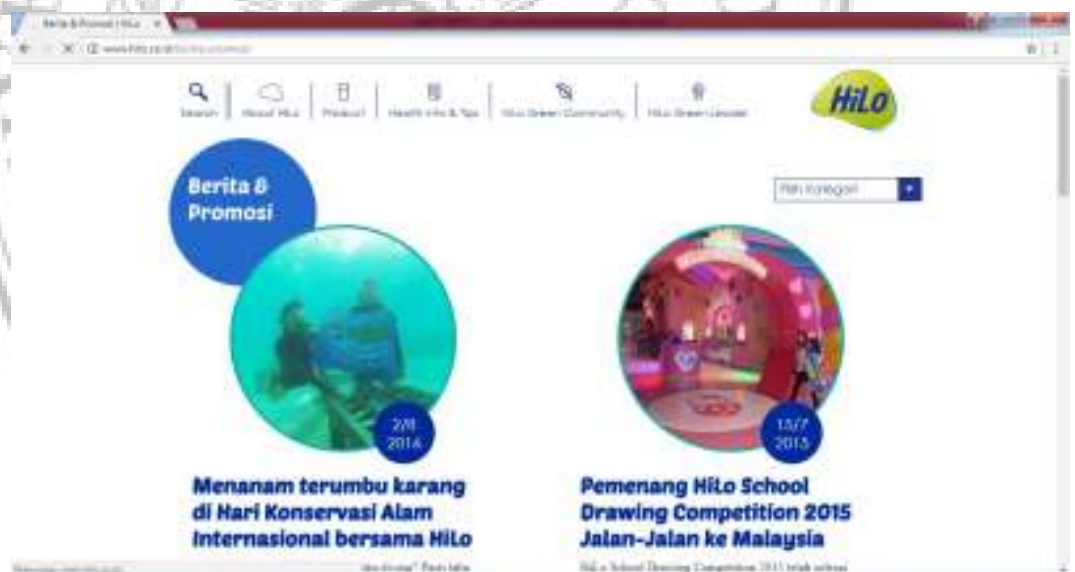
Dalam laman ini, terdapat tulisan-tulisan atau testimoni yang diberikan oleh konsumen terhadap produk HiLo. Komentar dapat diberikan oleh konsumen melalui login Facebook. Nantinya

komentar-komentar tersebut akan diposting pada sub laman tersebut.

3. Contact us

Tidak seperti website pada umumnya yang hanya mencantumkan alamat kantor dan nomor telepon, di laman ini perusahaan ingin berkomunikasi dua arah dengan konsumen melalui form nama dan pertanyaan yang telah disediakan. Pada laman ini, konsumen dapat mengisi form dan menekan submit untuk mengirim pada email perusahaan yang nantinya akan segera dibalas melalui email juga.

Gambar 4.12



Tampilan menu About HiLo – Berita dan Promosi

Source: <http://www.hilo.co.id/berita-promosi/>

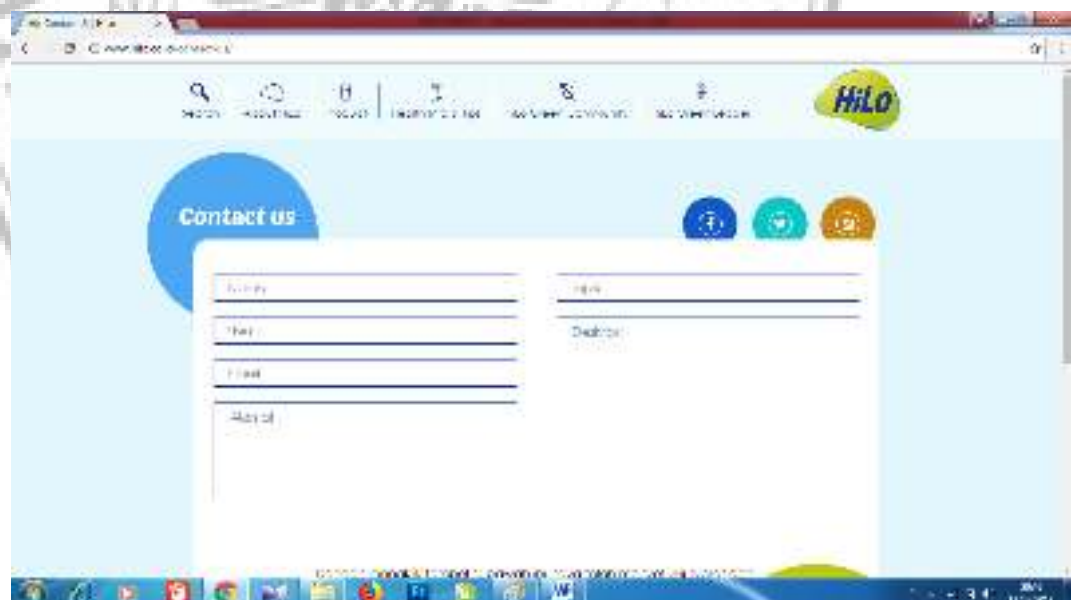
Gambar 4.13



Tampilan menu About HiLo - Testimoni

Source: <http://www.hilo.co.id/testimoni/>

Gambar 4.14

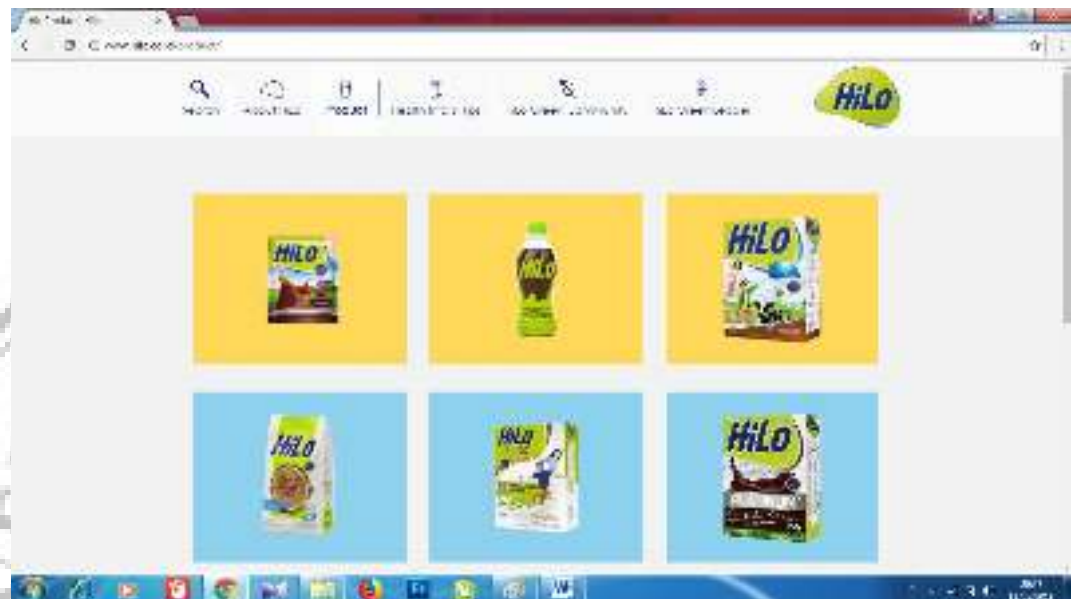


Tampilan menu About HiLo - Contact us

Source: <http://www.hilo.co.id/contact-us/>

Pada laman product, terdapat seluruh gambar dan deskripsi singkat mengenai seluruh produk yang telah dibuat dan di distribusikan oleh perusahaan hilo.

Gambar 4.15



Tampilan menu Product

Source: <http://www.hilo.co.id/product/>

Selanjutnya pada laman Health Info and Tips, pembaca dapat menemukan berbagai macam artikel mengenai cara hidup sehat atau menjaga kebugaran tubuh.

Gambar 4.16



Tampilan menu Health Info and Tips

Source: <http://www.hilo.co.id/health-info-tips/>

Selanjutnya, pada laman Hilo Green Community terdapat penjelasan mengenai komunitas hilo. Ada 3 sub laman, yaitu Aksi Hijau, Komunitas, dan sub laman Gabung HGC. Hilo Green Community adalah komunitas yang memfasilitasi anak-anak muda di seluruh Indonesia yang memiliki perhatian terhadap kelestarian alam dan gaya hidup ramah lingkungan. Pengurus nasional HGC dibentuk tahun 2014. Saat ini, Hilo Green Community telah tersebar di lebih dari 18 kota di Indonesia dan akan terus berkembang. Hilo Green Community juga melakukan beragam aktifitas yang turut serta melibatkan masyarakat untuk mensukseskan gerakannya.

Gambar 4.17



Tampilan menu HiLo Green Community

Source: <http://www.hilo.co.id/green-community/>

Pada laman terakhir, yaitu Hilo Green Leader, terdapat penjelasan tentang ajang tersebut beserta rangkaian kegiatannya. Hilo Green Leaders merupakan sebuah ajang pencarian pemimpin yang peduli terhadap isu lingkungan, berinisiatif tinggi dan mampu menggerakkan serta menjembatani komunitas-komunitas lain untuk bergerak bersama melakukan aksi hijau yang menginspirasi masyarakat luas agar semakin peduli terhadap lingkungan.

Gambar 4.18



Tampilan menu HiLo Green Leader

Source: <http://www.hilo.co.id/green-leader/>

F. Profil Produk Deterjen Total Almeera

Brand Total telah ada sejak tahun 1985. Total adalah salah satu merek deterjen cuci baju lokal pertama dan terbaik di Indonesia. Tidak hanya berjalan mulus sesuai rencana, dalam perjalanannya, Total banyak mengalami goncangan. Di tahun 2005, Total diambil alih oleh manajemen baru dari PT. Total Chemindo Loka. Manajemen baru tersebut berhasil membuat Total menjadi lebih sukses, baik dalam menambah kapasitas output dan memperbesar porsi pasar merk ini. Hari ini, Total adalah merk favorit untuk mencuci baju yang peduli kebutuhan konsumennya, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

BuKrim dan Total telah menjadi aset bisnis yang handal dari PT. Total Chemindo Loka yang saling melengkapi dalam aspek fungsi dan substitusi. Sejak akuisisi, Deterjen TOTAL dan BuKrim terus memperbarui inovasi produk dan peremajaan strategi branding sampai hari ini. Di tahun 2011, BuKrim melengkapi varian merek mereka dengan menambah inovasi terbaru yaitu BuKrim Gel. Selain itu, Total juga menciptakan produk deterjen cair terbaru yang tersedia di seluruh provinsi di Indonesia di tahun yang sama.

Dilengkapi dengan kekuatan logistik yang kompeten, aliansi strategi dengan pengecer, dan jaringan distribusi yang luas, produk Total tersedia luas di seluruh daerah di Indonesia. Sampai saat ini, PT. Total Chemindo Loka mengoperasikan 3 pabrik pengolahan yang memproduksi hingga 10.000 ton output sebulan.

Dewasa ini, pemerintah Indonesia yang menyadari pentingnya produk halal untuk warganya yang mayoritas muslim, mengeluarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 yang membahas mengenai Jaminan Produk Halal. Undang-undang ini terdiri atas 68 pasal yang menyebutkan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal.

Pemerintah bertanggung jawab menyelenggarakan Jaminan Produk Halal (JPH), dengan membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH ini bertanggung jawab kepada Menteri Agama.

BPPJH bekerjasama dengan kementerian atau lembaga terkait, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Produk yang disebut halal dalam UU tersebut adalah produk yang telah dinyatakan halal menurut syariat Islam. Dibuktikan dengan adanya label HALAL MUI pada kemasan produk. Produk-produk tersebut, meliputi makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Produk-produk tersebut dinyatakan halal bila menggunakan bahan baku, bahan olahan, bahan tambahan, dan bahan penolong yang tidak melanggar syariat.

Deterjen halal Total Almeera termasuk produk olahan bahan kimiawi. Jadi, sudah benar langkah PT Chemindo Loka yang serius mengurus sertifikasi halal untuk produknya. Alhamdulillah, karena niatnya yang baik, ingin memberikan ketenangan kepada umat Islam di Indonesia saat beribadah, maka proses sertifikasi halalnya pun berlangsung lebih cepat daripada waktu standar. Deterjen Total Almeera ini hanya membutuhkan waktu 90 hari untuk mendapatkan sertifikasi Halal MUI.

Uji halal ini dilakukan tidak main-main. Semua bahan pembuat deterjen diteliti oleh MUI apakah mengandung bahan yang tidak sesuai syariat. Pihak MUI juga mendatangi pabrik Total Almeera, dan melihat sendiri proses pembuatannya yang higienis. Melihat keseriusan PT Total Chemindo Loka yang ingin mendapatkan sertifikasi halal MUI, maka MUI

pun bersegera memberikan sertifikasi halal setelah melewati prosedur yang telah ditentukan.

Tim Almeera serius memproses dan memenuhi semua persyaratan untuk mendapatkan sertifikasi halal, sampai bekerja keras siang dan malam. Keseriusan itu pun dipuji oleh pihak MUI dan bahkan diharapkan semua produsen di Indonesia mengikuti langkah PT Total Chemindo Loka, yaitu mengurus sertifikasi halal untuk produk-produknya, sehingga masyarakat muslim di Indonesia bisa lebih tenang dengan banyaknya produk halal yang bisa dikonsumsi.

Deterjen itu fungsinya untuk membersihkan. Tentunya bahan-bahan yang terkandung di dalamnya haruslah bersih dan halal, terutama untuk masyarakat muslim. Dalam beribadah, kita dituntut untuk berpakaian yang bersih. Jika dicuci dengan deterjen yang sudah yakin bahan-bahan pembuatnya berasal dari bahan yang halal, insya Allah ibadah pun lebih tenang.

Nama Deterjen Total Almeera memang sangat indah di dengar. Nama Almeera diambil dari bahasa Arab yang artinya Putri Raja atau Wanita Cantik. Sesuai *tagline*-nya, *Fashion Care Detergent*, adalah deterjen yang akan merawat busana-busana kesayangan kita karena bersih, wangi, dan lembut. Dapat digunakan untuk mencuci semua jenis pakaian seperti kerudung, baju koko, baju gamis, dan mukena.

Tim *Communication Planner* Total Almeera menjelaskan tentang konsep iklan TVC Total Almeera. Mengusung *tagline* HALAL itu harus

TOTAL, iklan tersebut berkisah tentang seorang ayah yang tinggal berdua dengan putrinya. Sang ayah memiliki sifat penyabar dalam mengasuh putrinya. Namun, setelah sang putri dewasa, putri justru kurang memperhatikan ayahnya. Hingga suatu hari, sang Ayah merayakan ulang tahun putrinya sendirian karena putrinya terlalu asyik dengan teman-temannya. Suatu ketika, sang putri mendapatkan hidayah sehingga teringat kembali dengan ayahnya. Dia pun kembali menemui ayahnya dan meminta maaf.

Iklan ini mengusung konsep religius, culture, dan tradisi. Hal yang membedakan iklan Deterjen Almeera dengan deterjen lainnya adalah, iklan ini mengedepankan sosok ayah. Padahal, umumnya iklan sabun cuci menampilkan sosok ibu.

Iklan tersebut mengusung tema Hijrah. Hijrah dari sikap dan perilaku yang tidak menyenangkan, terutama kepada orangtua. Hijrah dari tidak berhijab menjadi berhijab. Dan tentu saja hijrah ke deterjen halal saat mencuci pakaian, karena HALAL itu harus TOTAL.

G. Website Resmi PT. Chemindo Loka (www.totalchemindo.com)

PT. Total Chemindo Loka adalah sebuah divisi yang memiliki operasi produksi di tiga negara, Singapore, Malaysia dan Indonesia. PT. Total Chemindo Loka berdomisili di Indonesia, bertanggung jawab memproduksi dan mendistribusikan dua merek deterjen pencuci baju, Bukrim dan Total.

BuKrim adalah produk yang pertama kali diluncurkan ke pasar di Jakarta pada tahun 2004 dengan produk andalan pertamanya, Deterjen Krim BuKrim Reguler, yang kemudian dilanjutkan dengan produksi deterjen bubuk BuKrim setahun setelahnya. Dalam upaya untuk merebut pangsa pasar yang lebih luas, BuKrim bercita-cita untuk meluncurkan serangkaian beberapa sub-merek disesuaikan untuk segmentasi pasar yang berbeda. Menyadari kebutuhan untuk memperluas kapasitas produksi, BuKrim mengambil keputusan mengakuisisi PT. Total Chemindo Loka, produsen dari produk serupa di bawah merek deterjen *TOTAL* pada bulan Juli 2005.

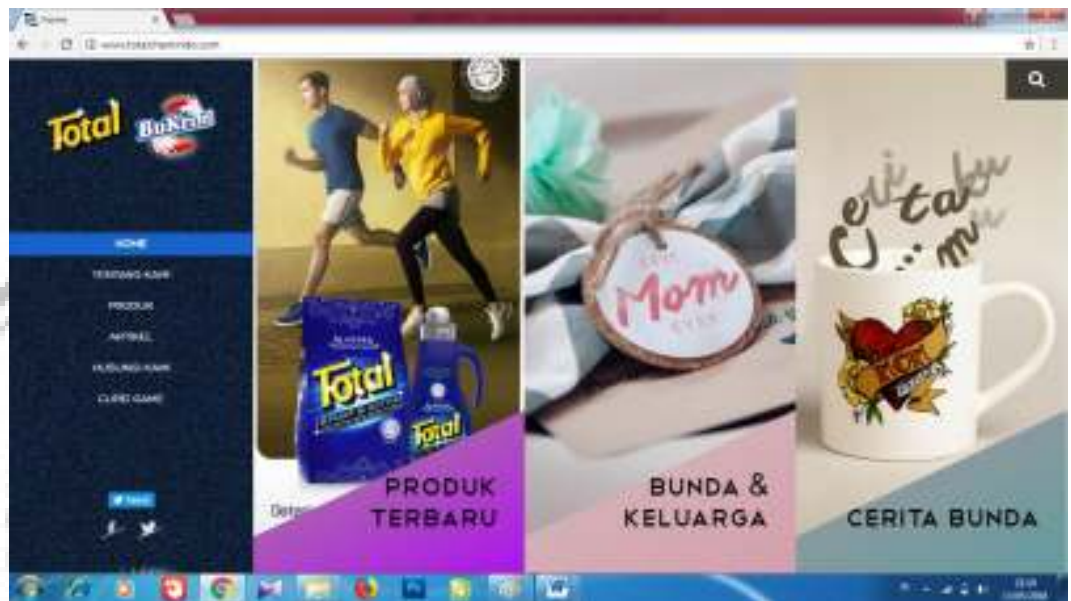
Bukrim dan total telah menjadi aset bisnis yang handal dari PT. Total Chemindo Loka. Perusahaan saling melengkapi dalam aspek fungsi dan substitusi. Sejak di akuisisi, deterjen total dan bukrim terus berinovasi dalam produk dan perkembangan strategi branding hingga hari ini.

Dalam website resmi milik PT Total Chemindo Loka (www.totalchemindo.com), terdapat beberapa menu yang dapat dipilih oleh pengunjung website, diantaranya, menu Home, Tentang KamiProduk, Artikel, Hubungi kami dan Cupid game.

Pada laman home, khalayak akan melihat jajaran produk total active dengan tagline Halal itu Harus Total. Kemudian pada menu tentang kami, PT Chemindo Loka mulai menjelaskan terkait sejarah dan produk yang dinaungi, yaitu Bu Krim dan Total. Pada laman produk, terdapat foto

dan deskripsi singkat tentang masing-masing produk yang dapat dibaca dan dijadikan pertimbangan oleh konsumen untuk mempertimbangkan pilihan.

Gambar 4.19



Tampilan menu Home

Source: <http://www.totalchemindo.com/>

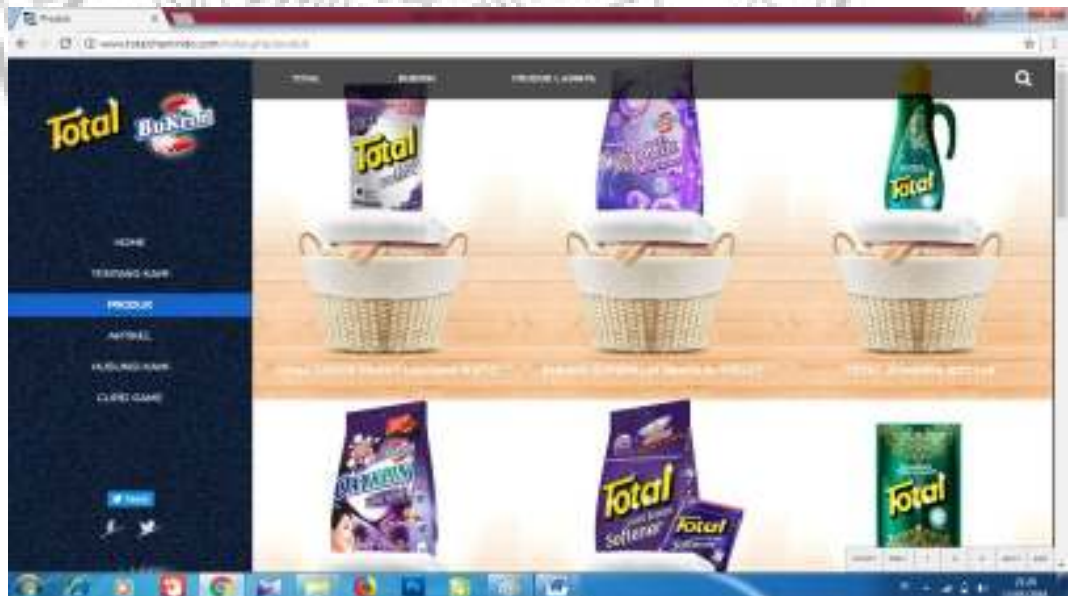
Gambar 4.20



Tampilan menu Tentang Kami

Source: <http://www.totalchemindo.com/index.php/about>

Gambar 4.21



Tampilan menu Produk

Source: <http://www.totalchemindo.com/index.php/produk>

Adapula laman artikel, yang menyediakan beragam macam tips yang berhubungan dengan mencuci atau membersihkan barang-barang di dalam rumah. Artikel tersebut dapat secara bebas dibaca untuk membantu khalayak menyelesaikan masalahnya.

Gambar 4.22



Tampilan menu Artikel

Source:

<http://www.totalchemindo.com/index.php/superbunda/tips-mencuci-bathtub/84>

Pada laman hubungi kami, telah tersedia alamat lengkap perusahaan serta nomor telepon yang dapat dihubungi. Anda juga dapat mengirimkan feedback atau pertanyaan melalui web dengan cara mengisi nama dan email serta pertanyaan, keluhan atau pujian kepada perusahaan.

Pada laman cupid game, khalayak dapat bermain game yang tersedia di web.

Gambar 4.23



Tampilan menu Hubungi Kami

Source: <http://www.totalchemindo.com/index.php/hubungi-kami>

Gambar 4.24



Tampilan menu Cupid Game

Source: <http://www.totalchemindo.com/games/>